

## Beyto Smart Speaker & Voice Studie 2021-2022

### 40 Prozent der Deutschen nutzen bereits Voice im Auto

→ Repräsentative YouGov-Daten\* zum Einsatz von Sprache beim Autofahren

Berlin, 03. Februar 2022. Die Hände bleiben am Steuer und der Blick auf der Straße: Sprachassistenten werden zukünftig vor allem beim Autofahren eine wichtige Rolle spielen – davon ist die Mehrheit der Deutschen überzeugt. Bereits heute nutzen knapp 40 Prozent der Bevölkerung zumindest gelegentlich Voice im Auto – und bei den unter 35-Jährigen liegt dieser Anteil schon bei über 50 Prozent. Männer zeigen in jedem Alter eine höhere Affinität zur Voice-Technologie. Genutzt werden momentan vor allem die Sprachsteuerung der Navigation und die Möglichkeit, das Telefon oder die Musikanlage mit der Stimme zu bedienen – ob mit dem eigenen, im Cockpit integrierten Assistenten des Autos oder mit externen Assistenten wie Alexa & Co. Von diesen Lösungen konnte sich bislang jedoch keine klar durchsetzen. Die meisten haben derzeit sogar mehrere Sprachassistenten im Einsatz. Die vier deutschen Autohersteller, die Voice bereits aktiv als Verkaufsargument nutzen, liegen damit offenbar richtig und treffen den Nerv ihrer Fahrer: Denn Mercedes Benz, Audi, BMW und Volkswagen werden besonders oft von jüngeren Männern gefahren – also der Personengruppe, in der schon heute zwei Drittel zu den Nutzern von Voice im Auto zählen. Die Ergebnisse der repräsentativen Befragung für die aktuelle **Beyto Smart Speaker & Voice Studie\*** verdeutlichen ein großes Potenzial für Voice in den Autos der Deutschen.

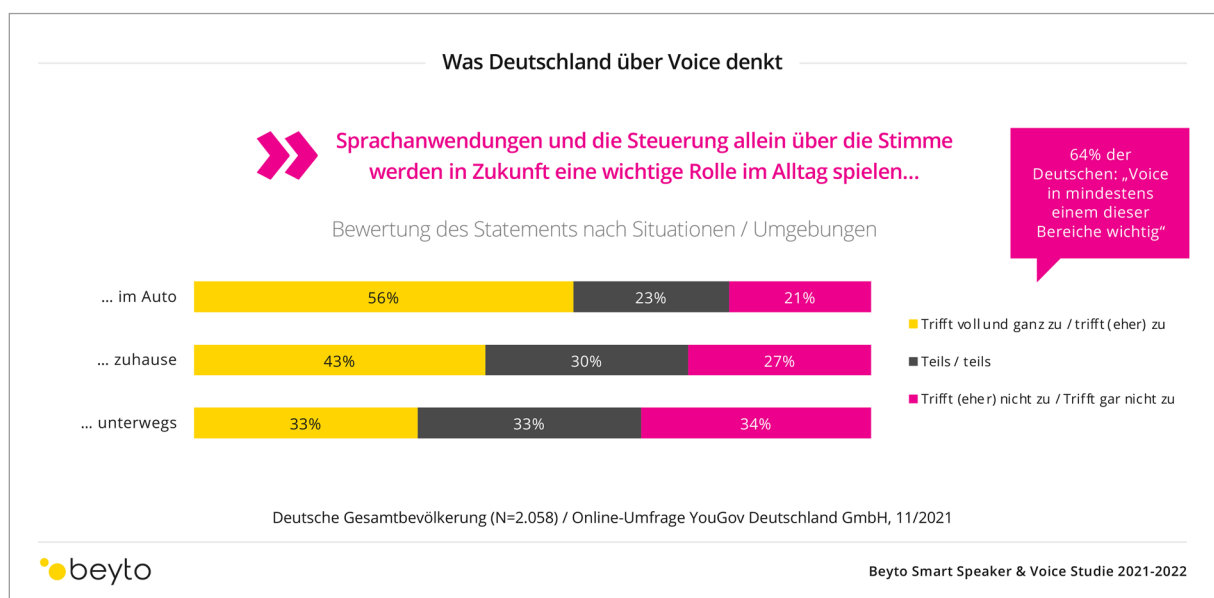
\*Zum dritten Mal in Folge präsentiert die Berliner Digitalagentur Beyto eine unabhängige Jahresstudie zum Smart Speaker-Markt und der Voice-Technologie – in diesem Jahr erstmals mit einem Fokus auf Voice im Auto. Die aktuelle Studie basiert auf zwei repräsentativen Online-Befragungen im November 2021 mit jeweils mehr als 2.000 Teilnehmern durch die YouGov Deutschland GmbH.

**Auf einen Blick: Grafiken in dieser Presse-Info** → [Kostenfreie Download-Möglichkeit](#)

- Grafik 1 Mehrheit der Deutschen glaubt an große **Bedeutung von Voice im Auto**
- Grafik 2 **Sprachanwendungen im Auto** werden schon heute von 38 Prozent genutzt
- Grafik 3 **Je jünger, desto häufiger** wird Voice im Auto eingesetzt
- Grafik 4 Überblick über verschiedene **Arten von Sprachanwendungen**
- Grafik 5 Aktuelle **Nutzung verschiedener Sprachanwendungen** in Deutschland
- Grafik 6 Die meisten Deutschen setzen mehr als einen **Sprachassistenten im Auto** ein
- Grafik 7 Wie **Fahrer unterschiedlicher Automarken** aktuell **Voice im Auto** nutzen

### Mehr als die Hälfte der Deutschen hält Sprachtechnologie im Auto für wichtig

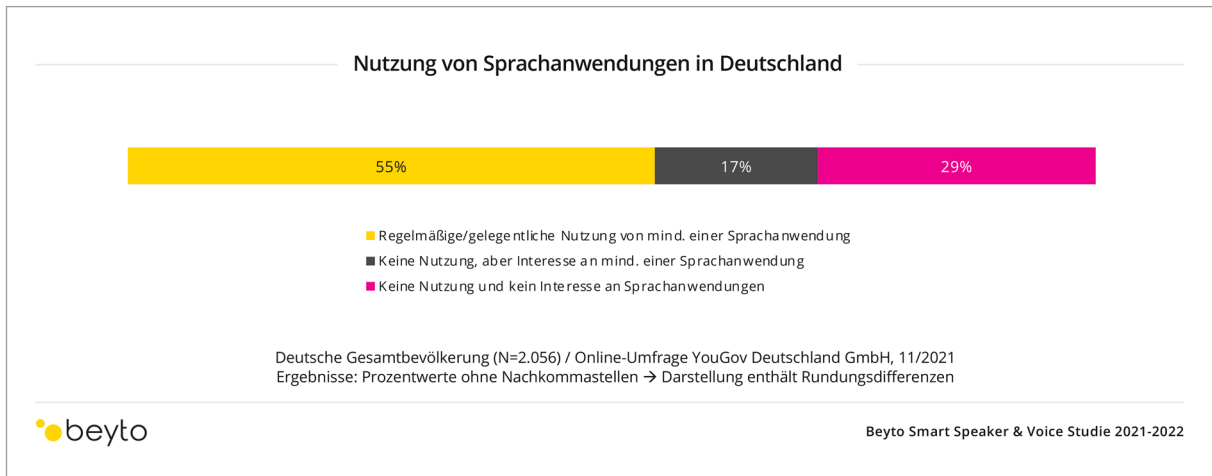
Gefragt nach der Bedeutung von Voice in verschiedenen Lebensbereichen sind sich die Deutschen einig: Besonders wichtig werden Sprachanwendungen und Sprachsteuerung zukünftig im Auto sein – davon sind selbst die Nicht-Autofahrer in der Bevölkerung überzeugt.



## Voice wird im Auto schon heute von vielen genutzt

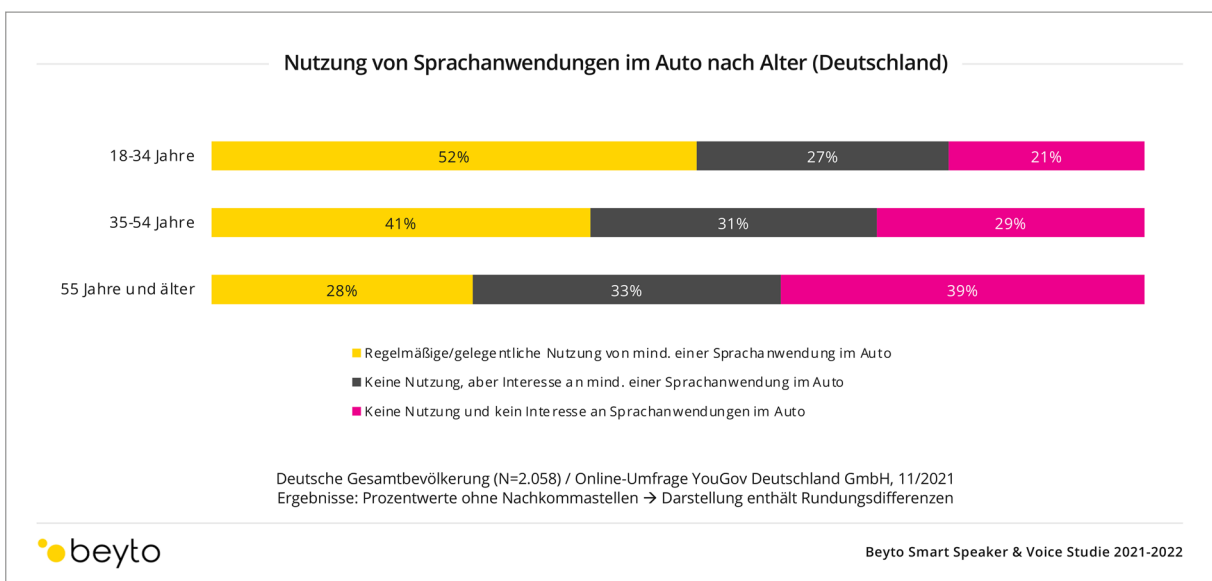
Knapp 40 Prozent aller Deutschen setzen zumindest gelegentlich im Auto die Stimme ein, um eine oder mehrere Sprachanwendungen zu bedienen. Auch 13 Prozent derjenigen, die selbst kein Auto fahren, zählen sich zu den Voice-Nutzern. Fast genauso groß wie der Anteil aller Nutzer ist mit 31 Prozent die Gruppe der Deutschen, die sich vorstellen können, in Zukunft eine oder mehrere Sprachanwendungen im Auto einzusetzen. Der Blick auf aktuelle Anwender und Interessenten verdeutlicht das enorme Potenzial der Technologie:

## 70 Prozent aller Deutschen zeigen sich offen für Voice im Auto.



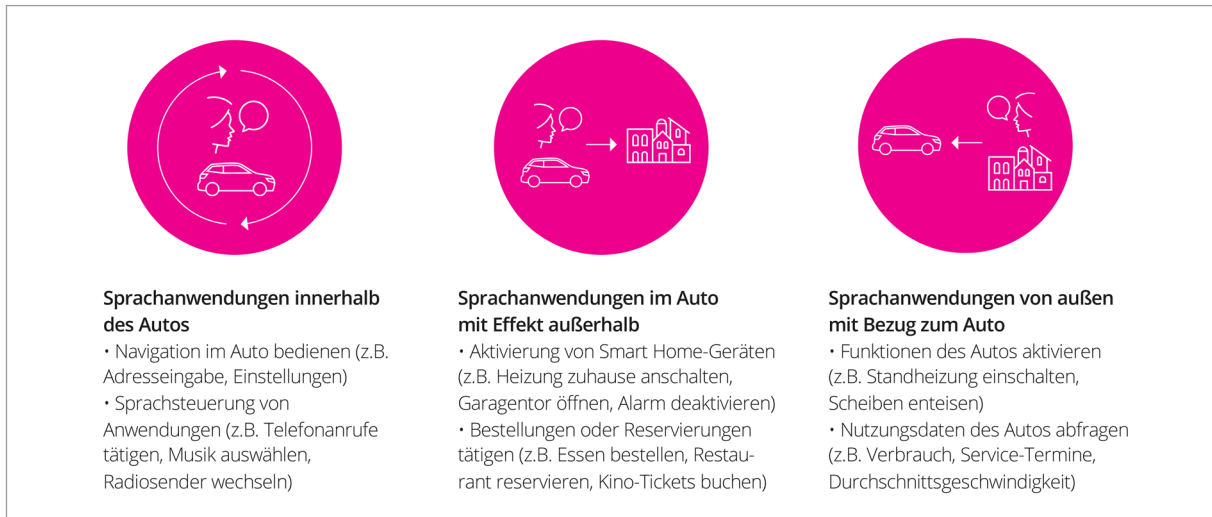
## Besonders jüngere Deutsche setzen im Auto die Stimme ein

Männer nutzen Voice im Auto häufiger als Frauen (44 versus 32 Prozent) – dieses Bild zeigt sich in allen drei untersuchten Altersgruppen. Aber auch das Alter selbst hat Einfluss darauf, ob jemand schon heute beim Fahren auf die Sprachtechnologie setzt: Je jünger, desto eher zählen die Deutschen zu den Voice-Nutzern. Bei den unter 35-Jährigen ist es mehr als die Hälfte, die aktuell bereits Sprachanwendungen einsetzt. Während knapp 40 Prozent der Deutschen, die 55 Jahre und älter sind, kein Interesse an dieser Möglichkeit zeigen.



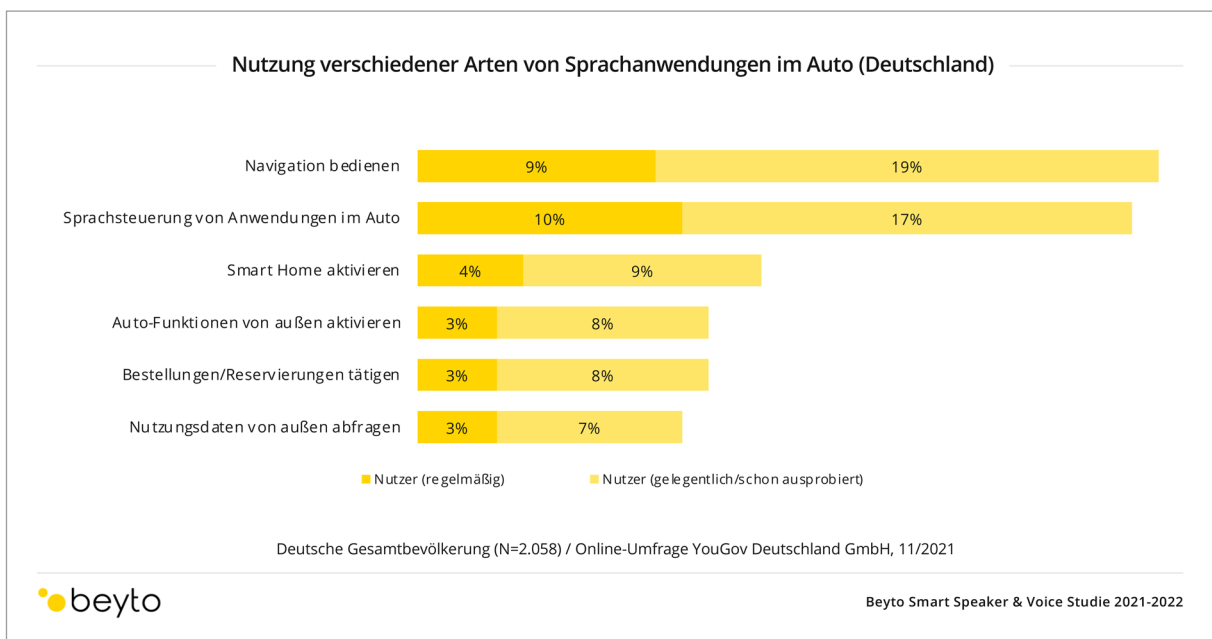
## Verschiedene Arten von Sprachanwendungen im Auto

Die aktuell vorhandenen Optionen, Voice im Auto einzusetzen, lassen sich hinsichtlich ihrer Effekte auf verschiedene Umgebungen beschreiben. Zum einen gibt es Sprachanwendungen, die in ihrem Aktionsradius komplett im Auto bleiben – wie das Bedienen der Navigation oder die Sprachsteuerung von Telefon und Musikanlage. Zum anderen sind Applikationen verfügbar, die etwas außerhalb des Autos auslösen wie die Bedienung von Smart Home-Geräten. Weiterhin gibt es Anwendungen, mit denen man von außen per Sprache mit dem Auto kommunizieren kann, um beispielsweise die Standheizung einzuschalten.



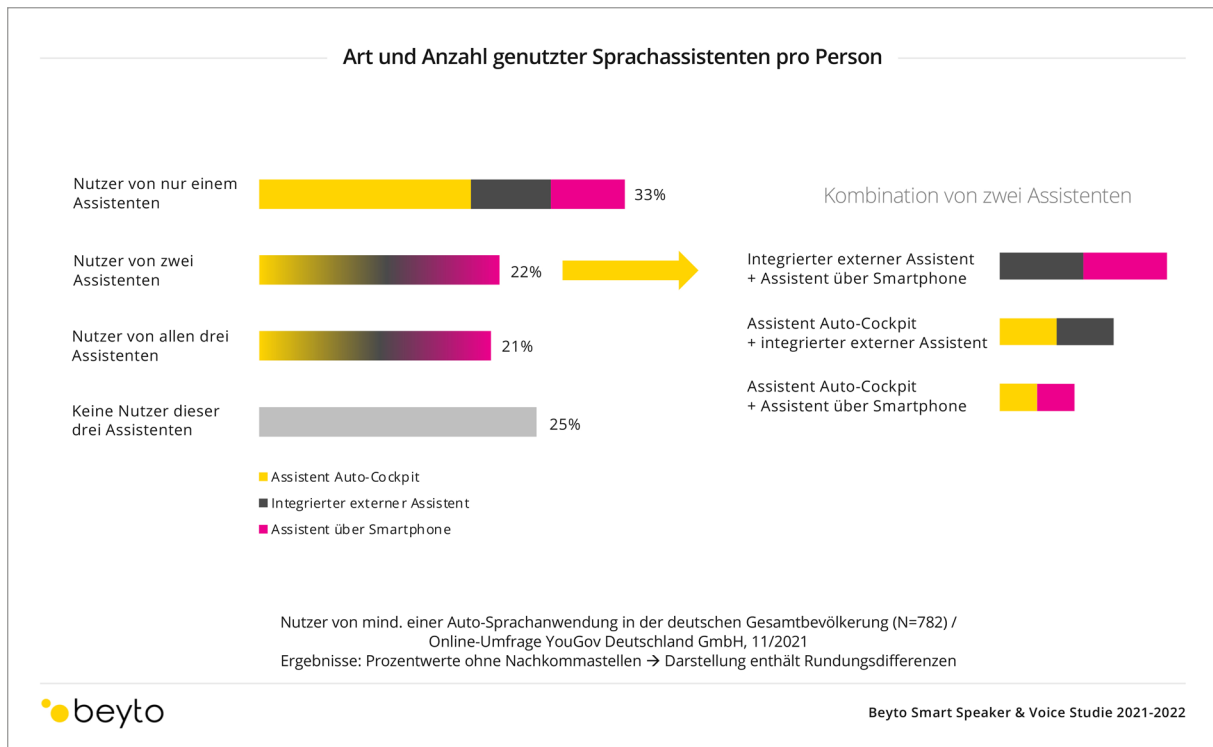
## Am häufigsten werden Sprachanwendungen innerhalb des Autos genutzt

Die Navigation mit der Stimme bedienen, Telefonanrufe starten oder das Radio lauter stellen: Anwendungen, deren Effekte innerhalb des Autos bleiben, dominieren – sie werden von fast 30 Prozent aller Deutschen schon heute genutzt, während andere Optionen nur von maximal 15 Prozent wahrgenommen werden. Bemerkenswert ist, dass sich aber etwa ein Drittel der Deutschen die Nutzung jeder der abgefragten Applikationen vorstellen kann.



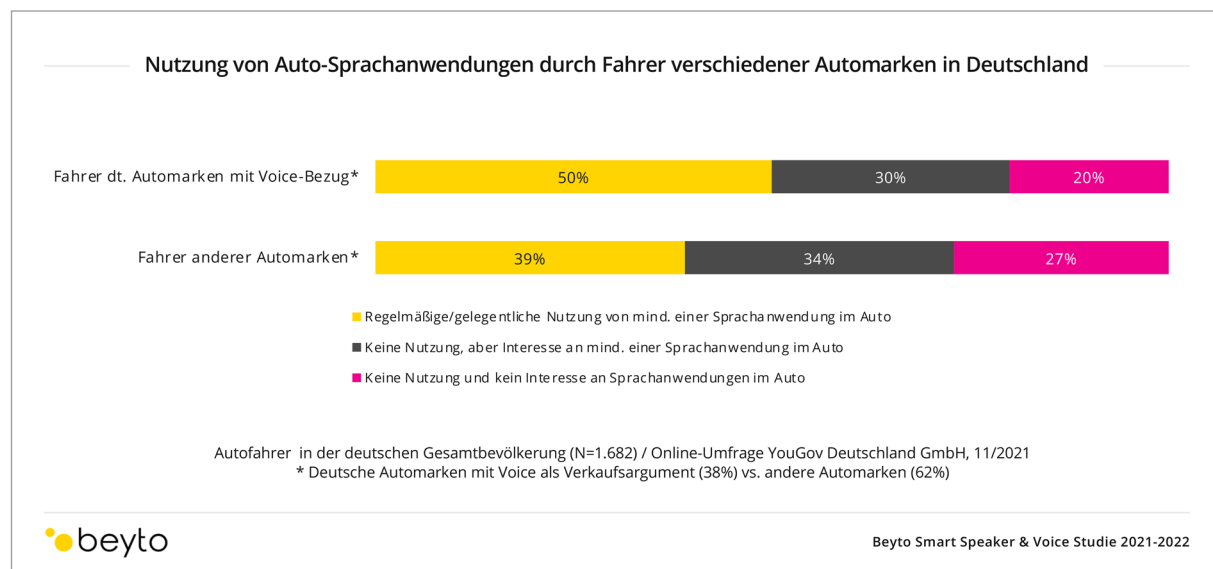
## Voice-Nutzer setzen im Auto auf mehrere Sprachassistenten

43 Prozent der deutschen Nutzer von Voice im Auto nutzen mehr als einen Sprachassistenten. Weder der eigene Assistent des Wagens im Cockpit hat sich bislang klar durchgesetzt noch ein externer Assistent wie Amazon Alexa, Google Assistant oder Apple Siri, die über Bluetooth integriert oder über das Smartphone bedient werden können. Ein Viertel der Befragten nutzt keine dieser Optionen – sie könnten spezielle externe Auto-Assistenten bevorzugen, wie sie beispielsweise von TomTom, Garmin oder Chris angeboten werden.



## Fahrertypologie von Automarken mit Voice-Bezug unterscheidet sich von anderen

38 Prozent der deutschen Autofahrer fahren einen Wagen von Mercedes Benz, BMW, Audi oder Volkswagen – und damit eines Herstellers, der Voice besondere Bedeutung beimisst und die Technologie bereits als Verkaufsargument nutzt. Vor allem junge Männer weisen eine hohe Affinität zu Voice auf. Genau diese Gruppe fährt besonders häufig ein Auto der vier genannten Hersteller, was sich im Vergleich der Voice-Nutzung nach Automarken widerspiegelt.



## Fazit: Großes Potenzial für Voice und Sprachassistenten im Auto

Deutschland hält Voice im Auto für besonders relevant – und 40 Prozent der Bevölkerung setzen schon heute beim Fahren die Sprachsteuerung ein, vor allem für die Bedienung von Navigation, Telefon oder Musikanlage. Ein weiteres Drittel ist interessiert an der Technologie. Und je jünger, desto aufgeschlossener sind die Deutschen für solche Sprachanwendungen. Ein enormes Potenzial, meint **Beyto-Geschäftsführer Claudius Herz**: „Mit Blick auf die aktuellen und die potenziellen Nutzer sehen wir, dass 70 Prozent der Deutschen offen sind für Voice im Auto. Auch Menschen, die selbst kein Auto fahren, halten die Technologie für wichtig.“ Was bedeutet es für die Hersteller, dass sich noch keiner der vorhandenen Sprachassistenten im Auto durchgesetzt hat, sondern dass sowohl der eigene Assistent des Wagens als auch externe Assistenten wie Alexa & Co genutzt werden? Herz hält es für wichtig, dass sich die Automobilbranche alle Optionen offen hält, um für mögliche Szenarien gut gerüstet zu sein: „Die Hersteller sollten nicht nur ihre eigenen Assistenten weiterentwickeln, sondern auch an Lösungen arbeiten, wie sich externe Assistenten nahtlos in ihre Systeme einbinden lassen.“ Vor allem jüngere Männer weisen in Deutschland eine hohe Affinität zur Sprachtechnologie auf, wie die vorliegende Studie zeigt. Wer als Hersteller diese Zielgruppe ansprechen will, sollte laut Claudius Herz bedenken: **„In Zukunft wird eine optimale Voice Experience bei der Fahrt ganz sicher auf der Checkliste möglicher Autokäufer stehen.“**

## Über Beyto

Beyond Touch: **Beyto** ist eine 2019 gegründete Digitalagentur mit Sitz in Berlin, die auf Voice und intelligente Assistenten spezialisiert ist. In diesem Bereich bietet Beyto als Full-Service-Agentur ein umfassendes Leistungsspektrum an – von strategischer Beratung über die Entwicklung und Gestaltung von Dialogmodellen, die Realisierung technischer Applikationen bis zur Vermarktung und Analyse dieser.

Die Kunden und Partner der Agentur profitieren dabei von der umfangreichen Expertise der Beyto-Verantwortlichen. Die beiden Geschäftsführer und Mitinhaber Claudius Herz und Maik Metzen sind seit mehr als zehn Jahren in verantwortlichen Positionen auf Agentur- und Unternehmensseite im Online-Marketing tätig. Der Beyto-CTO und Gesellschafter Daniel Mittendorf gilt als Voice-Pionier der ersten Stunde und prägt seit Jahren als einer von nur vier prämierten Alexa Champions in Deutschland die Branche. Alle drei eint die Vision, den Voice-Markt in Deutschland und Europa in den nächsten Jahren entscheidend weiterzuentwickeln.



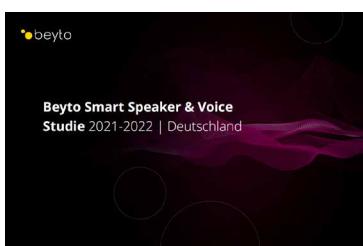
### Das Beyto-Führungsteam:

**Claudius Herz**  
Beyto-Geschäftsführer

**Maik Metzen**  
Beyto-Geschäftsführer

**Daniel Mittendorf**  
Beyto CTO

(Im Bild: Von links nach rechts)



### Kostenfreier Download des kompletten Studienreports:

<https://www.beyto.com/smart-speaker-voice-studie-2021-2022>

## Pressekontakt

Claudia Gabriel / Medienbüro Beyto GmbH  
E: [mail@claudiagabriel.de](mailto:mail@claudiagabriel.de) | T: +49 6171 27 96 800 | M: +49 176 60 81 01 89